

TeSP - Produção de Atividades para o Turismo Cultural

Técnico Superior Profissional

Plano: Aviso nº 619/2016 - 21/01/2016

Ficha da Unidade Curricular: Marketing Turístico

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, T:30.0; TP:45.0;

Ano|Semestre: 2|S1; Ramo: Tronco comum;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 611811

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

Docente Responsável

Éricka Maria Costa de Amorim

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

Éricka Maria Costa de Amorim

Professor Adjunto Convidado

Oliva Maria Dourado Martins

Professor Adjunto Convidado

Objetivos de Aprendizagem

Após a conclusão da disciplina, o aluno deverá ser capaz de analisar e desenvolver um plano de marketing turístico; operacionalizar as ferramentas de Marketing - Mix; e desenvolver um plano promocional para um destino turístico.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

Analisar e desenvolver um plano de marketing turístico, identificando os principais elementos do mercado turístico que permitam a operacionalização das variáveis do marketing mix; proporcionar o desenvolvimento de competências técnicas para o desenvolvimento de um plano promocional para o destino turístico.

Conteúdos Programáticos

1. Conceitos Gerais de Marketing Turístico;
2. Procura Turística;
3. Oferta Turística;
4. Plano de Marketing

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. Conceitos Gerais de Marketing Turístico;
2. Procura Turística;
 - 2.1. Características do turista,
 - 2.2. Determinantes da procura,
 - 2.3. Impactos do turismo,
 - 2.4. Processo de decisão de compra, entre outros.
3. Oferta Turística;

4. Plano de Marketing

4.1. Fases do plano de marketing (diagnóstico, análise SWOT, objetivos, estratégia, Marketing-Mix, orçamentos, controlo e atualização).

4.2. Caso de estudo em Portugal (e.g. Marketing das Cidades, Enoturismo, Marketing Sensorial etc (noções da estratégia de desenvolvimento de um plano)

Metodologias de avaliação

Teste escrito - ponderação de 50% e nota mínima de 7,5v. Trabalhos- apresentações e discussões- ponderação de 50% e nota mínimos de 10v. Os alunos com nota igual ou superior a a 10 valores ficam automaticamente dispensados de exame

Software utilizado em aula

Não se aplica

Estágio

Não se aplica

Bibliografia recomendada

- Lindon, D. e Lendrevi, J. e Levy, P. e Rodrigues, J. (2015). *Mercator XXI: teoria e prática do marketing*. (Vol. 1).Lisboa: Dom Quixote
- Kotler, P. (2011). *Marketing 3.0 - Do produto e do consumidor até ao espírito humano*. (Vol. 1).UK: Atual
- Holloway, C. (2004). *Marketing for Tourism*. (Vol. 1).UK: Pearson
- Buhalis, D. e Costa, C. (2006). *Tourism Management Dynamics – Trends, Management and Tools*. (Vol. 1).UK: Elsevier

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Como proposto no objetivo da disciplina, o aluno deverá ser capaz de desenvolver um plano promocional e de marketing para os destinos assim como operacionalizar as ferramentas de marketing. Os conteúdos propostos promovem o conhecimento conceptual e teórico para que o aluno possa operacionalizar as ferramentas de marketing no contexto prático.

Metodologias de ensino

Método expositivo; Discussão e consolidação dos temas apresentados nas aulas; Casos práticos.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

A metodologia de ensino tem como objectivo promover a discussão crítica e oferecer ferramentas de trabalho apoiadas num referencial de materiais que permitam a consolidação de competências flexíveis, de acordo com o programa.

Os conteúdos programáticos enunciados permitem aos alunos adquirir competências e ferramentas de trabalho

relacionando a teoria com a prática do marketing turístico.

Língua de ensino

Português

Pré requisitos

Não se aplica

Programas Opcionais recomendados

Não se aplica

Observações

Docente Responsável

Ericka Maria

Costa de Amorim

Assinado de forma digital por
Ericka Maria Costa de
Amorim
Dados: 2018.09.05 15:31:18
+01'00'

Diretor de Curso, Comissão de Curso

Eunice Ferreira Ramos

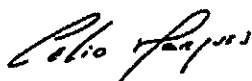
Lopes

Assinado de forma digital por Eunice

Ferreira Ramos Lopes

Dados: 2018.09.11 22:12:29 +01'00'

Conselho Técnico-Científico



Assinado de forma digital por

Célio Gonçalo Cardoso Marques

Dados: 2018.09.14 17:56:36

+01'00'

Homologado pelo C.T.C.

Acta n.º 21 Data 4.10.2018

